

- блеми теорії та практики : зб. наук. пр. – 2007. – Вип. 223. – Т. 2. – С. 580–587.
8. Wheeler Donald J. Advanced Topics in Statistical Process Control The Power of Shewhart's Charts / D. J. Wheeler. – SPC Press, Inc., Knoxville, Tennessee, 1991. – 470 p.
 9. Статистичний контроль. Контрольні карти Шухарта (ISO 8258:1991, IDT) : ДСТУ ISO 8258:2001. – К. : Держспоживстандарт України, 2003. – 32 с. – (Національний стандарт України).
 10. Кульгин Н. Б. Основы программирования в Delphi XE / Н. Б. Кульгин. – С.Пб. : БХВ-Петербург, 2011. – 416 с.
 11. Осипов Д. Л. Delphi XE2 / Д. Л. Осипов. – С.Пб. : БХВ-Петербург, 2012. – 912 с.

УДК 005.963:338.486.2

ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

М. В. Алдошина, кандидат економічних наук

Туризм як динамічна сфера людської діяльності в процесі свого розвитку зазнає змін, еволюціонує у сфері законодавства, технологій, туристських формальностей, географії туристичних центрів та ін. Подібні зміни диктують необхідність постійного поповнення знань, умінь і навичок для фахівців туризму.

З кожним роком зростає значення знань як найбільш цінного ресурсу, а разом з тим і значення постійного розвитку та підвищення кваліфікації персоналу. Тому спостерігається світова тенденція до безперервного навчання як усередині підприємств, так і з залученням зовнішніх фахівців.

Актуальність теми полягає в тому, що на сьогодні турпідприємствам важливо своєчасно не просто проводити підвищення кваліфікації співробітників, щоб підтримувати на належному рівні обсяг послуг, які надаються, а планувати систему роботи з кадрами таким чином, щоб розвивати персонал, враховуючи його рівень, цілі організації; стимулювати обмін отриманими знаннями всередині підприємства, і стежити за тим, щоб професійний рівень фахівців постійно розширювався.

Проблемам навчання та професійної підготовки фахівців у галузі туризму присвячуються праці таких зарубіжних і вітчизняних дослідників, як Т. К. Горячева, Е. Н. Дубіненкова, Ж. В. Зав'ялова, М. В. Кларін, Л. Г. Лук'янова, А. П. Панфілова, В. П. Пугачов, Н. Стім-

сон, С. Стаут, Е. В. Сидоренко, Л. В. Сакун, В. К. Федорченко, Д. А. Шендріков та ін. [1–6].

Аналіз теорії та педагогічної практики дозволив виявити об'єктивно існуюче протиріччя. З одного боку, існує потреба у підвищенні кваліфікації співробітників в умовах тих організацій, де вони працюють, а з іншого – реалізація навчання, що враховує специфіку конкретних туристських організацій, ускладнюється через недостатню розробленість даної проблеми в теорії та методиці професійної освіти.

Водночас абсолютно очевидно, що деякі компанії і організації почали створювати свої стратегії для виходу на нову хвилю конкуренції в самій туристській індустрії. Однак це надзвичайно рідко відбувається у сфері освіти та підготовки кадрів для туристичної сфери [3].

Система підготовки фахівців сфери туризму знаходиться в стадії становлення і передбачає вирішення дуже складних завдань, з огляду на багатоплановість туристської галузі та комплексність структури туристської освіти.

Кращим методом співпраці між навчальними центрами та туристськими організаціями є розвиток професіоналізму, який визначається як підготовкою фахівців, так і формуванням працездатності та правильного способу досягнення майстерності. Можливо визначити три базові складові підготовки фахівців, важливих для будь-туристської системи освіти (рис. 1).

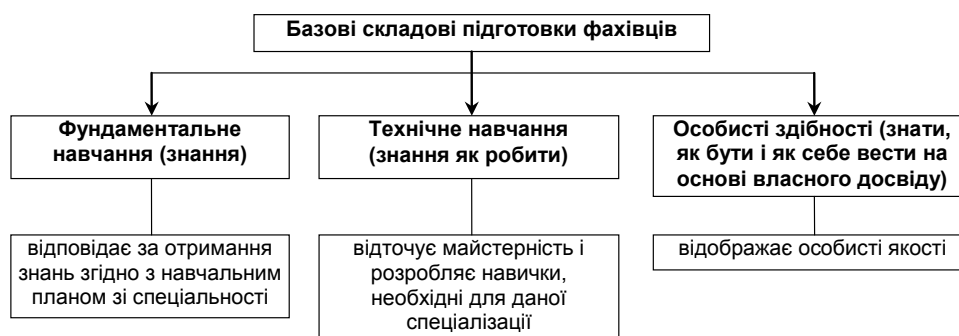


Рис. 1. Складові елементи підготовки фахівців туристичної галузі

Склад і потреби туристської індустрії знаходяться в постійній зміні, отже, критерії навчання також не повинні бути статичними.

Підвищення кваліфікації менеджерів туризму є післявузівським етапом навчання в системі безперервної туристської освіти. В Україні воно здійснюється зазвичай вузами, крупними туроператорськими компаніями з орієнтацією на співробітників туристських агентств або на власних співробітників, а також компаніями з бізнес-навчання, що пропонують відкриті та корпоративні програми навчання. При проведенні відкритого навчання його учасниками одночасно можуть бути співробітники різних компаній. Розповсюдженням недоліком при побудові подібних програм навчання є те, що не визначається вихідний рівень знань, умінь і навичок учнів. Темі занять, форми й методи відкритого навчання визначають заздалегідь. Однак організація ефективного корпоративного навчання передбачає максимальну орієнтацію на фірму-замовника: в процесі побудови програм навчання необхідно проводити перевірку рівня розвитку наявних у персоналу професійних знань, умінь і навичок з метою визначення тематики подальших занять, форм і методів навчання.

В інформаційну еру XXI ст. саме знання, а також системи їх збору, систематизації, зберігання, розповсюдження і використання є найважливішим чинником виживання і процвітання бізнесу. Тому фахівці стверджують, що у найближче десятиліття в конкурентній боротьбі досягнуть успіху тільки ті компанії, які побудують високоефективні системи управління корпоративними знаннями.

Через швидке старіння знань саме короткострокові (1–4 дні) семінари є найбільш гнуч-

ким інструментом, що дозволяє компаніям найбільш швидко адаптувати корпоративні знання до вимог мінливого навколишнього середовища.

Тому для успішного розвитку та процвітання підприємствам необхідно розробити й реалізувати максимально ефективну програму участі співробітників (насамперед керівників і ключових фахівців) у короткострокових бізнес-семінарах. Ця програма повинна передбачати як участь співробітників компанії у відкритих семінарах, що проводять різноманітні тренінгові компанії, так і проведення корпоративних семінарів на території компанії (одночасно для 15–20 керівників і ключових фахівців компанії) [4].

Однією з ефективних форм сучасного активного навчання, що сприяє набуттю та розвитку у співробітників спеціальних знань, умінь і навичок з метою підвищення кваліфікації, є тренінги.

Щоб спланувати навчання в туристичній компанії, замовити проведення курсу, скласти перелік тренінгів, потрібно мати набір видів тренінгу, їх класифікацію. Керівництво компаній і менеджери з персоналу на практиці розподіляють тренінги таким чином, щоб було зручніше для роботи, і не шукають суворої класифікації. Найбільш розповсюджений варіант того, як зазвичай виділяють види та рівні тренінгів в організаціях, представлені на рис. 2. У схемі розподілу враховано: тематику тренінгової програми (предметну область діяльності), посади співробітників і рівні за цілями тренінгу (ситуативний, системний та стратегічний).

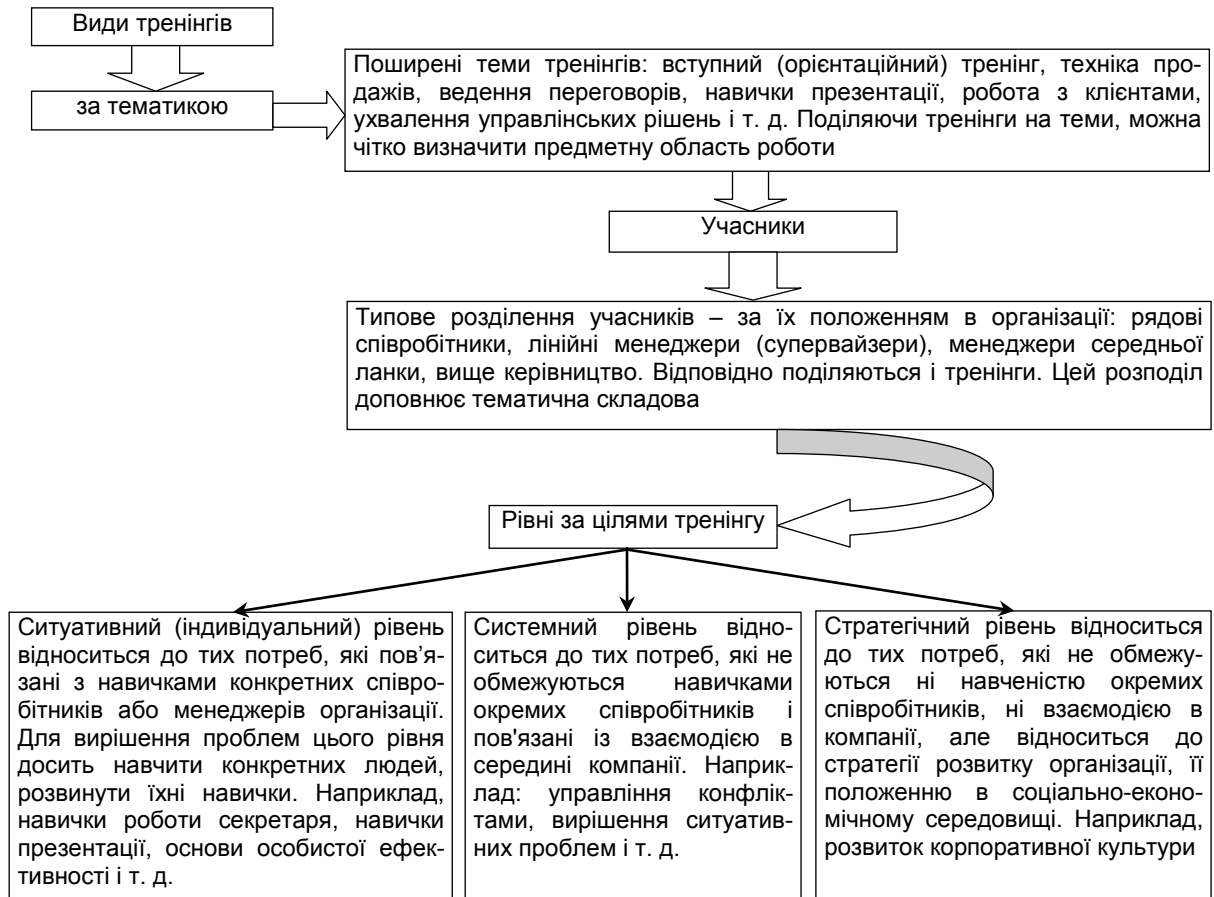


Рис. 2. Схема розподілу видів і рівнів тренінгів

Тематика тренінгів, рівень працівників, для яких вони призначені, і рівень потреб організації пов'язані між собою, хоча не завжди цей зв'язок є однозначним і очевидним, але все –

такий відправним аспектом визначення тренінгу є потреби організації.

Зв'язок тематики тренінгів та рівня проблем в організації представлено в табл.

Таблиця

Характеристика зв'язку тематики тренінгів з рівнями проблем в організації

Тематика	Рівень проблем		
	індивідуальний	системний	стратегічний
Вступний (орієнтаційний) тренінг	•		
Техніка продажів	•		
Управління часом	•		
Управління ресурсами	•		
Управління проектами	•	•	
Навички роботи секретаря	•		
Ведення телефонних переговорів	•		
Проведення презентацій	•		
Проведення робочих нарад	•	•	
Робота з клієнтами	•	•	
Прийняття управлінських рішень	•	•	
Вирішення ситуативних проблем	•	•	
Проведення переговорів	•		

Продовж. табл.

Тематика	Рівень проблем		
	індивідуальний	системний	стратегічний
Наставництво	•	•	•
Розвиток команди в організації		•	•
Розвиток корпоративної культури		•	•
Управління змінами		•	•
Управління конфліктами	•	•	
Навички лідерства	•	•	
Маркетинг	•	•	•
Управління результативністю роботи		•	•

При одній і тій же тематиці тренінгу його рівень може бути різним залежно від особливостей організації. Внутрішнє навчання помітно відрізняється за спрямованістю від шкільного або вузівського. Знання та вміння мають не загальний (загальноосвітній або професійно-освітній) характер, вони безпосередньо спрямовані на підвищення ефективності конкретних аспектів виробничої діяльності.

Для ефективного визначення тематики тренінгових програм в організації краще розробити свою власну схему опитування серед представників вищого керівництва, менеджерів середньої ланки або рядових співробітників на предмет визначення необхідності навчання. Визначення потреб доцільно здійснювати за такими етапами (рис. 3).

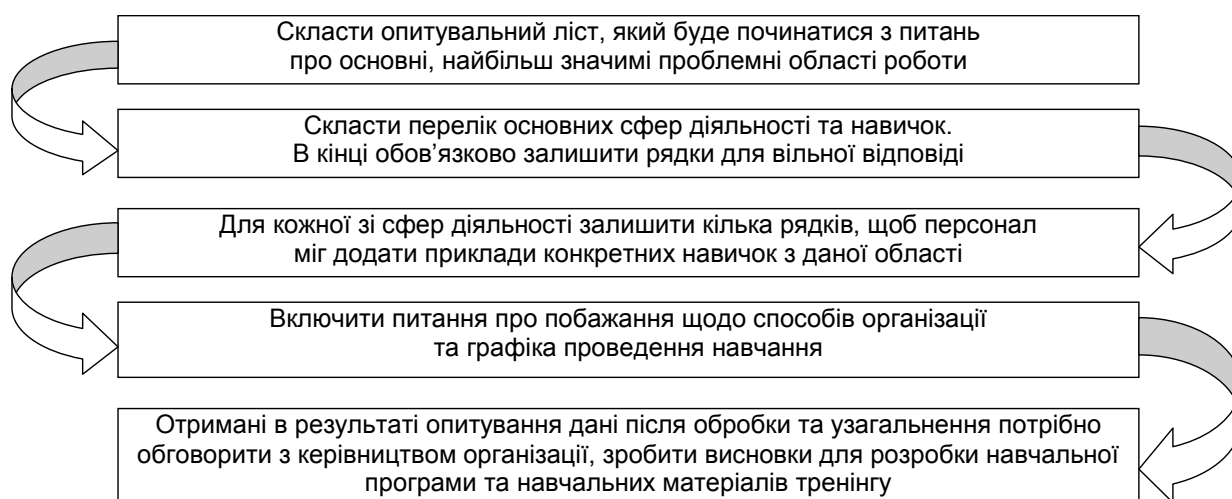


Рис. 3. Етапи опитування працівників підприємства щодо навчання

Щоб досягти практичних результатів у підвищенні ефективності праці на турпідприємстві, необхідно провести комплексну роботу, яка включає:

- 1) аналіз потреб організації в тренінгу;
- 2) вибір бізнес-тренера;
- 3) розробку тренінгової пропозиції;
- 4) створення (дизайн) програми навчання і підготовки навчальних матеріалів;
- 5) проведення навчання;

6) оцінку і можливе подальше супроводження результатів тренінгу.

Такий підхід дає можливість керівництву вирішити проблему необхідності обґрунтування та створення розуміння сенсу навчання для персоналу. Керівник туристичної організації має пам'ятати, що потреба працівника туристської компанії в підвищенні кваліфікації інтегрується зі страхом перед навчанням та непевністю за взятю на себе відповідальності і майбутні зміни.

ЛІТЕРАТУРА

1. Горячева Т. К. Развитие региональной системы профессиональной подготовки туристских кадров в открытой образовательной среде : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» / Т. К. Горячева. – М., 2007. – 35 с.
2. Лук'янова Л. Г. Освіта у туризмі : навч.-метод. посіб. / Л. Г. Лук'янова. – К. : Вища шк., 2008. – 719 с.
3. Сакун Л. В. Теория и практика подготовки специалистов сферы туризма в развитых странах мира / Л. В. Сакун. – К. : МАУП, 2004. – 399 с.
4. Смолкин А. М. Методы активного обучения / А. М. Смокин. – М. : Выс. шк., 1991. – 267 с.
5. Тренинговий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.trn.ua/>. – Название с экрана.
6. Федорченко В. К. Підготовка фахівців для сфери туризму: Теоретичні і методологічні аспекти : [монографія] / Федорченко В. К. – К. : Вища шк., 2002. – 350 с.

УДК 339.9

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ГОТЕЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ І АСОЦІАЦІЙ

Г. О. Горіна, кандидат економічних наук

Постійне розширення та глобалізація міжнародного готельного бізнесу, посилення ролі міжнародних готельних мереж (МГМ) зумовило необхідність його міжнародно-правової регламентації і створення спеціалізованих міжнародних готельних асоціацій і організацій. Міжнародні норми та правила переважно мають загальний характер і покликані забезпечити надання високої якості послуг міжнародними готельними мережами та окремими готелями у будь-якої країні світу. Міжнародні готельні асоціації створюються на основі добровільного членства і діють відповідно до прийнятих статутів на постійній основі і є ефективною формою міжнародного співробітництва з питань статистики, обміну інформацією, проведення спільних зустрічей і консультацій у сфері готельного бізнесу.

Питанням міжнародного готельного бізнесу присвятили праці такі провідні вітчизняні й зарубіжні вчені, як М. Аріфулін, К. Бардато, А. Башкова, А. Беляєв, М. Білан, Дж. Бордман, Є. Гараніна, П. Гроут, О. Гутник, В. Дас, Є. Замуруєва, Л. Іванова, І. Олексін, І. Полчанінова, О. Ремеслова, А. Усіна, В. Шемракова, В. Шкромада й ін. Разом із тим, незважаючи

на значну увагу до проблем міжнародного готельного бізнесу, особливості діяльності міжнародних готельних асоціацій та організацій, залишаються недостатньо дослідженими, потребують обґрунтування напрямів підвищення ефективності їх діяльності. Усе вищезазначене зумовило вибір теми роботи, визначило її мету та зміст.

Метою статті є обґрунтування напрямів підвищення ефективності діяльності міжнародних асоціацій та організацій у сфері міжнародного готельного бізнесу.

Питаннями координації діяльності міжнародних і національних готельних мереж, асоціацій незалежних готелів займаються такі міжнародні організації як Міжнародна асоціація готелів і ресторанів (МАГР), Міжнародна асоціація гостинності (МАГ), Міжнародна асоціація продажів і маркетингу в індустрії гостинності (МАПМІГ), Світова туристична організація (СТО), які сприяють розвитку світової готельної індустрії, представляють інтереси суб'єктів міжнародного готельного бізнесу, підтримують розвиток співпраці в питаннях підвищення якості послуг, стандартів